

PRESSEMITTEILUNG:

Sicherung der Promotions-effizienz mit Mystery Shopping

Hamburg, 27. August 2008 . **Bestehende Verfahren zur Ermittlung des Erfolgs von Promotion-Aktionen weisen erhebliche Mängel auf, da sie erst im Nachhinein den Erfolg messen. Das auf Mystery Shopping spezialisierte Hamburger Unternehmen Grieger & Cie. setzt Mystery Shopper zur Qualitätssicherung von Verkaufsförderungsmaßnahmen ein, um bereits unmittelbar nach Anlaufen einer Aktion Promotions-effizienz und Effektivität zu überprüfen und bei Bedarf gegensteuern zu können.**

Verfahren zur Ermittlung des Promotion-Erfolges weisen Mängel auf

In Deutschland werden zwischen einem Viertel und einem Fünftel des Kommunikationsbudgets eines Unternehmens für Verkaufsförderungsmaßnahmen eingesetzt. Die Forderung nach einer Qualitätssicherung von Promotion-Aktionen gewinnt daher einen zunehmend höheren Stellenwert. Der Erfolg von Promotion-Aktivitäten wird nach bestehenden Verfahren allerdings ausschließlich im Nachhinein beurteilt, so dass lediglich Lernerfolge für zukünftige Aktionen bleiben. Vor dem Hintergrund der sehr hohen Kosten von Verkaufsförderungsmaßnahmen ist diese Try-and-Error-Vorgehensweise trotz sorgfältiger Konzeption kaum zu verantworten.

Qualitätssicherung von Promotion-Aktionen ist erforderlich

Damit nicht erst nach Ablauf einer Promotion-Aktion Erkenntnisse über Erfolg oder Misserfolg gewonnen werden, ist eine Qualitätssicherung bereits kurz nach Anlaufen erforderlich. So kann einerseits ermittelt werden, ob die Promotion gemäß ihrer Konzeption erfolgt, und es kann bei Bedarf schnell und zielgerichtet gegengesteuert werden. Andererseits lässt sich so sicherstellen, ob die Promotion auch die gewünschten Effekte erzielt. Dies gibt Aufschlüsse über den Grad der Zielerreichung und damit eine gesicherte Basis für die Erfolgsmessung.

Promotion Check mit Mystery Shoppers als sinnvolles Instrument

Bei einem sogenannten *Promotion Check* wird die Qualität der Produkt- und Markenpräsentation am Point of Sale nach einem festgelegten Kriterienkatalog lokal, regional oder bundesweit von speziell geschulten Beobachtern überprüft.

Beim Einsatz von Promotion-Teams lässt sich insbesondere die Effizienz der Aktion überprüfen: Dabei kann ermittelt werden, ob den Promotion-Stand betreffende Vorgaben umgesetzt werden (z.B. Standort, Erscheinungsbild, Ausstattung, eingesetzte Werbemittel), ob die Botschaft entsprechend der Schulung transportiert wird und ob die Zielgruppe auch tatsächlich erreicht wird. Daneben können das Promotion-Personal betreffende Aspekte erhoben werden (Verhalten am Stand, Auftreten gegenüber potenziellen Kunden, aktive Ansprache). Ein Auftraggeber von Promotion-Aktionen gewinnt so Sicherheit, dass seine Agentur die vereinbarte Umsetzungsqualität einhält. Bei Mängeln kann unmittelbar gegengesteuert werden. Ferner wird eine Grundlage für Preisreduzierungen im Rahmen möglicher Nachverhandlungen mit der Agentur geschaffen. Promotion-Agenturen können ihrem Auftraggeber als Initiator eines Promotion Checks hingegen eine zusätzliche Maßnahme der Qualitätssicherung bieten und letztlich auch die Qualität ihrer eingesetzten Promoter sichern. Zur Überprüfung der Effektivität einer Aktion lässt sich die Erhebung der

Mystery Shopper mit einer Befragung koppeln. Dabei kann beispielsweise ermittelt werden, wie die Zielgruppe die Aktion hinsichtlich Glaubwürdigkeit und Überzeugungskraft wahrnimmt, ob ein nachhaltiges, positives Produkterlebnis erreicht wird und nicht zuletzt, ob die Promoter authentisch wirken.

Bei Produkten und Werbemitteln am Point of Sale lässt sich so in Erfahrung bringen, ob Werbemittel im Handel vereinbarungsgemäß und termingetreu aufgestellt werden. Der Einsatz von Mystery Shoppern bietet im Vergleich zur Überprüfung durch den Außendienst insbesondere bei kurz laufenden Aktionen einen erheblichen Zeitvorteil, erläutert Gunnar Grieger, Inhaber von Grieger & Cie. Sie können zeitgleich bundesweit eingesetzt werden und bereits unmittelbar nach Anlaufen einer Aktion den Status Quo erheben, so dass Maßnahmen zur Gegensteuerung schnell eingeleitet werden können. Der Außendienst kann hingegen lediglich kleine Stichproben erheben, die nicht repräsentativ sein müssen, führt Grieger weiter aus.

Promotion Check mit MysteryPanel.de

Insbesondere bei in der Fläche breit angelegten Promotion-Aktionen, die mit hohen Kosten für Personal und Material einhergehen, liegen die Vorteile und die Notwendigkeit zur Sicherung von Promotions-effizienz und -effektivität auf der Hand. Die Mystery Shopper von www.mysterypanel.de leisten dabei als verdeckte Promotion-Tester eine objektive und nutzenstiftende Arbeit. 3-5% der Gesamtkosten einer Verkaufsförderungsmaßnahme sollten für Promotion-Checks einkalkuliert werden, empfiehlt Gunnar Grieger. Die entstehenden Kosten können beispielsweise an die Umsetzungsqualität der Promotion-Agentur gekoppelt werden, die die Kosten bei Nichterreichung der Vorgaben zu tragen hätte, schlägt Grieger vor. Dies schaffe einen zusätzlichen Anreiz im wettbewerbsintensiven Markt der Promotion-Anbieter und sichere eine hohe Umsetzungsqualität.

Weiterführende Informationen zum Thema Mystery Shopping und Promotion Check gibt es unter www.mysterypanel.de.

Über Grieger & Cie.

Gegründet im Jahr 2006, beraten Grieger & Cie. Klienten aus unterschiedlichen Branchen rund um das Thema Mystery Shopping und Servicequalität und betreiben die Mystery Shopper-Datenbank www.mysterypanel.de. Das Angebot umfasst daneben die konzeptionellen Dienstleistungen Kunden- und Mitarbeiterzufriedenheitsanalysen.

Pressekontakt:

Gunnar Grieger

Grieger & Cie. / MysteryPanel.de

Papenhuder Str. 53

22087 Hamburg

Tel 040/22 69 22 50

presse[at]mysterypanel.de